



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH (UMKM) SALON AURA DEPOK DALAM
MENGHADAPI ERA NEW NORMAL PANDEMI COVID 19**

SKRIPSI

SAFAZA AZIZAH 1810111022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

**SAFAZA
AZIZAH
18101111022**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO
KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SALON AURA DEPOK
DALAM MENGHADAPI ERA NEW NORMAL PANDEMI
COVID 19**





**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH (UMKM) SALON AURA DEPOK DALAM
MENGHADAPI ERA NEW NORMAL PANDEMI COVID 19**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

SAFAZA AZIZAH 1810111022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Safaza Azizah

NIM : 1810111022

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Desember 2021

Yang menyatakan,

A 1000 Rupiah Indonesian postage meter stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METER', and 'TEMA'. The serial number '9DC4DAJX005198751' is visible at the bottom.

(Safaza Azizah)

**PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Safaza Azizah
NIM : 1810111022
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) SALON AURA DEPOK DALAM MENGHADAPI
ERA NEW NORMAL PANDEMI COVID 19**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : Desember 2021

Yang menyatakan materai



(Safaza Azizah)

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SALON AURA DEPOK DALAM MENGHADAPI ERA NEW NORMAL PANDEMI COVID 19

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SAFAZA AZIZAH 1810111022

Pembimbing



(Dr. Miguna Astuti, S. Si, MM., MOS., CPM.)

Jakarta, Desember 2021

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen



(Wahyudi, S.E., M.M.)

Analysis of Marketing Strategy for Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) Salon AURA Depok in Facing the New Normal Era of the Covid-19 Pandemic.

By Safaza Azizah

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises play a very important role in the Indonesian economy. However, the pandemic has reduced MSME turnover in various parts of Indonesia, including the city of Depok, West Java. This study aims to identify and analyze the marketing strategy of MSME Salon Aura Depok in facing the new normal era of the COVID-19 pandemic by using the marketing mix 7Ps and SWOT analysis. Using qualitative research methods with primary data obtained directly from sources, then validated using data triangulation techniques and then analyzed using the Miles and Huberman method. The results of the research based on SWOT by considering the 7P elements produce an SO strategy, namely (1) product, improving product quality and increasing product/service variety, (2) price, always updating and adjusting the standard price of the beauty salon market, (3) place, always studying competitors to be able to outperform and improve the quality of services, (4) promotion, expand networks social media, advertise more often, and provide gifts/souvenirs with certain conditions, (5) people, always provide training continuous to employees, (6) process, by making and clarifying SOPs and written job descriptions at salons, and (7) physical evidence, periodically repainting wall paints, upgrading furnishings, and always checking and maintaining goods, tools, and facilities provided.

Keywords: *Marketing Strategy, Marketing Mix, SWOT, UMKM, Beauty Salon*

Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Salon AURA Depok Dalam Menghadapi Era New Normal Pandemi Covid-19.

Oleh Safaza Azizah

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah berperan sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Namun pandemi membuat omset UMKM mengalami penurunan di berbagai wilayah Indonesia, termasuk di kota Depok Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran UMKM Salon Aura Depok dalam menghadapi era new normal pandemi COVID-19 dengan menggunakan bauran pemasaran 7P dan analisis SWOT. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan data primer yang didapat secara langsung dari narasumber, kemudian di validasi dengan menggunakan teknik triangulasi data dan kemudian di analisis dengan metode Miles dan Huberman. Hasil dari penelitian berdasarkan SWOT dengan mempertimbangkan elemen 7P menghasilkan strategi S-O yaitu (1) *product*, meningkatkan kualitas produk dan menambah variasi produk/layanan, (2) *price*, selalu mengupdate dan menyesuaikan harga standar pasaran salon kecantikan, (3) *place*, selalu mempelajari kompetitor untuk dapat mengungguli dan meningkatkan kualitas layanan jasa, (4) *promotion*, memperluas jejaring *social media*, melakukan periklanan dengan lebih sering, dan memberikan hadiah/cinderamata dengan syarat tertentu, (5) *people*, selalu memberikan *training* yang berkelanjutan kepada karyawan, (6) *process*, dengan membuat dan memperjelas SOP dan deskripsi kerja secara tertulis pada salon, dan (7) *physical evidence*, melakukan pengecatan warna ulang secara berkala pada cat dinding, mengupgrade furnishing, dan selalu melakukan pengecekan dan pemeliharaan terhadap barang, alat, dan fasilitas yang disediakan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Marketing Mix, SWOT, UMKM, Salon Kecantikan

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SALON AURA DEPOK DALAM MENGHADAPI ERA NEW NORMAL PANDEMI COVID 19

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SAFAZA AZIZAH 1810111022

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 05 Januari 2021

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Rosali Sembiring Colia., SE.,MM

Ketua Penguji



Yuliniar.,S.E.,MM.,CPM

Penguji 1



Dr. Miguna Astuti, S. Si, MM., MOS., CPM

Penguji II (Pembimbing)



Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Wahyudi, S.E., M.M

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : Desember 2021



BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2021/2022

Pada hari ini Rabu, tanggal 05 Januari 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Safaza Azizah
Nomor Induk Mahasiswa : 1810111022
Program Studi : Manajemen S1

“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SALON AURA DEPOK DALAM MENGHADAPI ERA NEW NORMAL PANDEMI COVID 19”

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Tim Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Rosali Sembiring Colia., SE.,MM	Ketua Penguji	1.
2	Yuliniar.,S.E.,MM.,CPM	Penguji I	2.
3	Dr. Miguna Astuti, S. Si, MM., MOS., CPM	Penguji II **)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 05 Januari 2021
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kepala Program Studi
Manajemen Program Sarjana



Wahyudi, SE., MM

PRAKATA

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul pada skripsi ini yaitu “**Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Salon AURA Depok Dalam Menghadapi Era New Normal Pandemi Covid-19**”. Secara khusus peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Desmintari SE., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen, Bapak Wahyudi SE., MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Selanjutnya peneliti juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Miguna Astuti, S. Si, MM., MOS., CPM selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan saran yang sangat membantu peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada seluruh Dosen dan Staff yang telah banyak memberikan bimbingan maupun arahan selama penelitian ini.

Selain itu ucapan terimakasih juga peneliti sampaikan kepada Bapak Ahmad Susakum dan Ibu Siti Fatimah sebagai orang tua tercinta, yang terus memberikan dukungan, semangat dan doa. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Kresno Lambang sebagai kekasih yang setia mendengarkan keluh kesah dan selalu memberi dukungan dan semangat. Kemudian untuk sahabat peneliti yaitu Destri, Denan, Fitri, Ghiffarin, Rahel, Widia, Tesa, Himawan, Aldi, Cahyo, dan Restu serta teman-teman seperjuangan S1 Manajemen 2018 yang tidak dapat di sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat dari peneliti.

Demikian yang dapat peneliti sampaikan, Mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan, peneliti berharap kritik dan saran yang membangun dapat dijadikan sebagai acuan bagi penelitian berikutnya. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat.

Jakarta, Desember 2021

Safaza Azizah.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PUNGGUNG	ii
HALAMAN JUDUL	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
PENGESAHAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
HALAMAN PENGESAHAN	ix
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Perumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Hasil Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasarn Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.2 Strategi Pemasaran.....	8
2.3 Analisis Strategi Pemasaran	15

2.4	Hasil Penelitian Sebelumnya	18
2.5	Deskripsi Objek yang Diteliti	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1	Metode Penelitian	25
3.2	Lokasi Penelitian.....	26
3.3	Objek, Subjek Penelitian, dan Sumber Data.....	27
	3.3.1 Objek.....	27
	3.3.2 Subjek	27
	3.3.3 Sumber Data	27
3.4	Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	28
	3.4.1 Teknik Pengumpulan Data	28
	3.4.2 Teknik Pengolahan Data.....	31
3.5	Teknik Validitas Data	31
3.6	Teknik Analisa Data	32
	3.6.1 Reduksi Data.....	34
	3.6.2 Penarikan Kesimpulan.....	35
3.7	Riset Desain beserta penjelasan.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		39
4.1	Kegiatan Wawancara	39
	4.1.1 Wawancara Pemilik Jasa Kecantikan Salon AURA.....	39
	4.1.2 Wawancara Karyawan Jasa Kecantikan Salon AURA.....	40
4.2	Kegiatan Observasi	42
4.3	Validitas Data.....	43
	4.3.1 Proses Koding.....	43
	4.3.2 Proses Reduksi Data	45

4.3.3	Hasil Triangulasi antar Data	45
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN		47
5.1	Elemen Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P	47
5.2	Komponen SWOT Berdasarkan Elemen Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7 P.....	127
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN		136
6.1	Simpulan	136
6.2	Keterbatasan	138
6.3	Saran	138
6.3.1	Aspek Teoritis	138
6.3.2	Aspek Praktis.....	138
DAFTAR PUSTAKA		140
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		148
LAMPIRAN.....		150

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pedoman Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.....	29
Tabel 2. Matriks SWOT	31
Tabel 3. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Teridentifikasi.....	33
Tabel 4. Kode dalam Marketing Mix 7P.....	44
Tabel 5. Hasil Analisis SWOT pada Salon AURA Depok	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Kontribusi UMKM Terhadap PDB 2010-2020	1
Gambar 2. Salon AURA Depok.....	22
Gambar 3. Fasilitas Pendukung Salon AURA Depok	23
Gambar 4. Lokasi Salon AURA Depok melalui Google Maps	26
Gambar 5. Riset Desain Penelitian.....	38
Gambar 6. Wawancara dengan Pemilik Salon AURA.....	39
Gambar 7. Wawancara dengan Karyawan 1 Salon AURA.....	40
Gambar 8. Wawancara dengan Karyawan 2 Salon AURA.....	41
Gambar 9. Grafik Jumlah Pengkodean Product.....	47
Gambar 10. Ruang Tunggu Depan Salon AURA	57
Gambar 11. Ruang Tamu Bagian Dalam Salon AURA.....	57
Gambar 12. Meja Kasir Salon AURA.....	58
Gambar 13. Produk Yang Ditawarkan Salon AURA	59
Gambar 14. Tempat Perawatan Rambut Salon AURA.....	60
Gambar 15. Tempat Keramas Salon AURA	61
Gambar 16. Tempat Perawatan Wajah Salon AURA	62
Gambar 17. Tempat Manicure Pedicure Salon AURA.....	62
Gambar 18. Tempat Spa Salon AURA	63
Gambar 19. Tempat Peminjaman Jas dan Baju Event Salon AURA.....	64
Gambar 20. Grafik Jumlah Pengkodean Price	65
Gambar 21. Daftar Harga Perawatan Kecantikan Salon AURA.....	74
Gambar 22. Administrasi Keuangan (Pembukuan) Salon AURA.....	75
Gambar 23. Grafik Jumlah Pengkodean Place.....	76
Gambar 24. Bukti Pegadaian Salon AURA	82
Gambar 25. Lokasi Area Salon AURA.....	86
Gambar 26. Lingkungan sekitar Salon AURA	87
Gambar 27. Grafik Jumlah Pengkodean Promotion	88
Gambar 28. Papan Nama dan Spanduk Salon AURA	94
Gambar 29. Kartu Nama Salon AURA.....	95
Gambar 30. Faktur Penjualan Salon AURA	95

Gambar 31. Social Media Salon AURA	96
Gambar 32. Grafik Jumlah Pengkodean People	97
Gambar 33. Karyawan Salon AURA	102
Gambar 34. Baju Seragam Karyawan Salon AURA	103
Gambar 35. Grafik Jumlah Pengkodean Process	104
Gambar 36. Bukti Akun dan Ulasan Google Bisnis	113
Gambar 37. Grafik Jumlah Pengkodean Physical Evidence	115
Gambar 38. Ornamen atau Furnishing Salon AURA.....	124
Gambar 39. Tempat Ibadah Salon AURA	124
Gambar 40. Kamar Mandi (Toilet) Salon AURA	125
Gambar 41. Tempat Parkir Salon AURA	126
Gambar 42. Fasilitas Pendukung (AC, WiFi, dan CCTV) Salon AURA	126

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara Pra Observasi Pemilik Salon Aura.....	151
Lampiran 2. Hasil Pra Wawancara dengan Pemilik Salon AURA Depok	153
Lampiran 3. Pertanyaan Wawancara Pra Observasi Karyawan Salon Aura.....	159
Lampiran 4. Hasil Pra Wawancara dengan Karyawan Salon AURA Depok	160
Lampiran 5. Pedoman Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi	163
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Dengan Pemilik Salon AURA.....	183
Lampiran 7. Transkrip Wawancara Dengan Karyawan Salon AURA.....	195
Lampiran 8. Tabel Observasi Objek Penelitian	204
Lampiran 9. Hasil Pengkodingan Data Pada Elemen 7P Salon AURA.....	207
Lampiran 10. Coding Data Pemilik Salon AURA Pada Elemen 7P.....	208
Lampiran 11. Coding Data Pemilik Salon AURA Pada SWOT	218
Lampiran 12. Coding Data Karyawan 1 Salon AURA Pada Elemen 7P.....	223
Lampiran 13. Coding Data Karyawan 1 Salon AURA Pada SWOT.....	228
Lampiran 14. Coding Data Karyawan 2 Salon AURA Pada Elemen 7P.....	231
Lampiran 15. Coding Data Karyawan 2 Salon AURA Pada SWOT	237
Lampiran 16. Total Jawaban Per-Indikator 7P	240
Lampiran 17. Total Jawaban Per-Indikator SWOT	241
Lampiran 18. Reduksi Transkrip Wawancara Pemilik Salon AURA	242
Lampiran 19. Reduksi Transkrip Wawancara Karyawan Salon AURA	253
Lampiran 20. Rekaman Video Salon AURA.....	262
Lampiran 21. Rekaman Suara Pemilik dan Karyawan Salon AURA.....	263
Lampiran 22. Hasil Dokumentasi Salon AURA	264